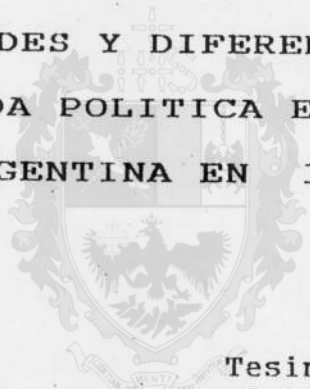


TESIS  
2525

U N I V E R S I D A D   D E L   S A L V A D O R

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION  
Y DE LA COMUNICACION SOCIAL

" SIMILITUDES Y DIFERENCIAS DE LA  
PROPAGANDA POLITICA EN BOLIVIA  
Y ARGENTINA EN 1989"



Tesina presentada para optar  
el título de:

USAL  
UNIVERSIDAD   Lic. en Publicidad  
DEL SALVADOR   por:

María Claudia Dabodub

Profesora Guía :

Lic. Baquerin

Buenos Aires   -   Argentina

1   9   9   2

## I N D I C E

### CAPITULO

### PAGINA

- INTRODUCCION

- CAPITULO I

#### HISTORIA DE LA PROPAGANDA POLITICA

1.	Fuentes de la Propaganda	2
2.	Propaganda de tipo Leninista	3
3.	Propaganda de tipo Hitleriana	7
4.	Reglas y técnicas usadas en la Propaganda Política	10
4.1.	Técnicas	
A)	Material impreso	10
B)	La palabra	11
C)	El espectáculo	11
D)	La imagen	12
4.2.	Reglas	
A)	Regla de la simplificación y del enemigo único	12
B)	Regla de la exageración y desfiguración	13
C)	Regla de la Orquestación	14
D)	Regla de la transfusión	15
E)	Regla de la unanimidad y del contagio	16
5.	La contrapropaganda	18
5.1.	Reconocer los temas de adversario	18
5.2.	Atacar los puntos débiles	18
5.3.	No atacar de frente	19
5.4.	Atacar y desdeñar al adversario	19
5.5.	Demostrar la contradicción con los hechos	20
5.6.	Ridiculizar al adversario	20
5.7.	Predominio del "clima fuerza"	21
6.	Propaganda Política moderna	23

- CAPITULO II

LA MENTIRA EN LA PROPAGANDA POLITICA

1.	El mito, la mentira y el hecho en la Propaganda Política	25
2.	El motivo de la mentira	27
3.	Los destinatarios de la mentira	28
4.	Distintos topes de mentira	29
4.1.	Mentiras respecto a uno mismo	30
4.2.	Mentiras respecto al adversario	32
4.3.	Mentiras respecto a los neutrales y del entorno	33
4.4.	Mentiras relativas a la dimensión temporal	34
5.	Signos y operaciones de la mentira	36
5.1.	Operaciones de la mentira	36
A)	Supresiones	37
B)	Adiciones	37
C)	Deformaciones	38

- CAPITULO III

LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA PROPAGANDA POLITICA

1.	Cine	39
2.	Televisión	39
3.	Radio	44
4.	Gráfica	46
4.1.	Vía pública	46
4.2.	Diarios	48
4.3.	Revistas	49
5.	Otros	50

- CAPITULO IV

ARGENTINA Y SU PROPAGANDA POLITICA EN 1989

1.	P.J. (Partido Justicialista)	54
2.	U.C.R. (Unión Cívica Radical)	64
3.	U.Ce.De. (Unión de Centro Democrático)	68

- CAPITULO V

BOLIVIA Y SU PROPAGANDA POLITICA EN 1989

1.	M.N.R. (Movimiento Nacionalista Revolucionario)	74
2.	A.D.N. (Acción Democrática Nacionalista)	85
3.	M.I.R.-N.M. (Movimiento de Izquierda Revolucionario - Nueva Mayoría)	91

- CAPITULO VI

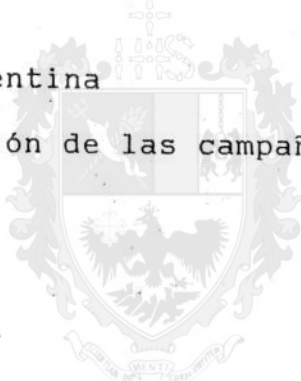
COMPARACIONES DE LAS PROPAGANDAS POLITICAS EN 1989

1.	Bolivia	
1.1.	Comparación de las campañas del MNR, ADN y MIR-NM	98
2.	Argentina	
2.1.	Comparación de las campañas del PJ, UCR y UCeDe	109
3.	Bolivia y Argentina	
3.1.	Comparación de las campañas del PJ y MNR	119

- CONCLUSION

- BIBLIOGRAFIA

- ANEXOS



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## I N T R O D U C C I O N

El tema a desarrollar en esta tesina, es el apasionante mundo de la Propaganda Política a través de la historia, sus reglas, sus técnicas de aplicación, que con diferentes estilos, en diferentes países, siempre busca el mismo objetivo, persuadir a las personas a inclinarse por determinada ideología pregonada por el líder representante de un partido político.

El motivo de la elección, responde a una inquietud personal por saber más sobre el tema, investigar y analizar ese mar de palabras, imágenes, discursos políticos, slogans y todo lo que hace a la Propaganda Política.

Por eso en estos seis capítulos, intento explicar y analizar a través de un trabajo de comparación, las campañas políticas realizadas en Bolivia y Argentina, para las elecciones presidenciales de 1989.

Para tal fin, presento primeramente el detalle de todas y cada una de las campañas preparadas por los tres partidos mayoritarios de cada país; MNR, ADN, MIR-NM representando a Bolivia y PJ, UCR y UCeDe representando a la Argentina.

El paso siguiente, es la comparación de los distintos estilos de la propaganda utilizada por las fuerzas políticas mencionadas anteriormente.

Para terminar y cumplir con el objetivo de la tesina, comparo detalladamente la Propaganda Política boliviana, con la argentina a fin de establecer diferencias y similitudes entre los estilos de propaganda, utilizados por ambos países.

Se intenta demostrar cómo dos candidatos con campañas totalmente distintas, lograron ganar las elecciones de Bolivia y Argentina, respectivamente.

El uso de la mentira en Propaganda Política, es muy frecuente por eso me pareció interesante e importante dedicar un capítulo para conocer mejor los diferentes tipos de mentira que pueden aplicarse y que de hecho se aplican en los discursos políticos, los que deben ser siempre utópicos para lograr influir con mayor efectividad en las personas.

El diseño descriptivo fue el método aplicado par la realización de este trabajo, con el fin de investigar, analizar y comparar el tratamiento de la Propaganda Política en los medios de comunicación y su efectividad en los receptores, en dos países Sud-americanos con sociedades tan distintas como Bolivia y Argentina.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# C A P I T U L O I



## HISTORIA DE LA PROPAGANDA POLITICA

UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



## FUENTES DE LA PROPAGANDA

Las dos fuentes de la propaganda son, la Publicidad y la Ideología Política.

La Propaganda en épocas de Carlomagno, César o Luis XIV, no era más que una publicidad personal realizada por poetas e incluso por los mismos hombres con sus actitudes, discursos y frases históricas.

Durante mucho tiempo la Publicidad y la Propaganda evolucionaron de forma paralela, existen varios procedimientos comunes entre ambas como ser : al anuncio corresponde la profesión de Fe, a la marca de fábrica el símbolo y al slogan comercial el slogan político.

Debido al progreso de la técnica, la Publicidad comenzó una nueva etapa, pasó a ser más sugestiva que informativa o sea que importaba más impresionar y suggestionar que convencer y explicar. Luego se aplicaron nuevos modos de presentación, nuevas técnicas y apoyándose en investigaciones fisiológicas, psicológicas y psicoanalíticas, se especuló con la obsesión, el instinto sexual, etc.

La Propaganda Política adopta estos procedimientos pues copia este estilo que se supone agrada al público: también copia de la Publicidad esa habilidad de despertar las necesidades de una persona, influyendo en ella de tal manera que sea posible sugerirle opiniones y que las adopte como suyas, en otras palabras cambiarle las ideas por las que mi Propaganda Política propone.

A pesar que la Propaganda Política se inspira en los procedimientos y estilos publicitarios, posee una técnica propia que la caracteriza y le otorga una naturaleza más amplia.

Respecto a la segunda fuente de la Propaganda Política, la Ideología Política da otro tipo de Propaganda con tendencia totalitaria; se convierte ya en una actividad que expresa la política misma en movimiento como voluntad de conversión, conquista y explotación. Esta propaganda está ligada con la introducción de las grandes ideologías políticas conquistadoras en la historia y con el enfrentamiento de naciones y bloques de naciones en las nuevas guerras. Desde la Revolución Francesa ya se utilizó esta Propaganda Política, que salía de las asambleas, comités revolucionarios y clubes de la época. Los que tenían a su cargo el trabajo de la propaganda eran los

comisarios en los ejércitos, quienes realizaron la primera guerra de propaganda y la primera propaganda de guerra. Fue la primera vez que la política interior y exterior iba acompañada por la expansión de una ideología, por lo tanto la propaganda salía de ella, inaugurándose así la propaganda moderna que se convirtió en compañera fiel de las estrategias de guerra; éstas no dirigían la propaganda únicamente a los ejércitos, sino también y principalmente a las poblaciones civiles, puesto que se podían sublevar y aumentar las filas del enemigo.

La propaganda se lió con la guerra de tal manera que fue capaz de sustituirla como sucedió con la guerra fría. Este vínculo de ideología con la Propaganda Política y la guerra, fue usado de distintas maneras por el Marxismo-Leninismo (de los que se hablará más adelante). Por estos factores la Propaganda Política fue cambiando, evolucionando y fue liándose cada vez más con el instinto de poder; pasó entonces a nutrirse más de una mitología guerrera y revolucionaria, que de una mitología de liberación y salvación como era antes.

### **PROPAGANDA DE TIPO LENINISTA**

El Marxismo es sin duda una filosofía capaz de propagarse en las masas. Se caracteriza por su poder de difusión, pero el Marxismo no hubiera podido llegar tan lejos si Lenin no le

hubiera aplicado un método práctico de acción política mediante la agitación y propaganda a esas masas de manera tal que logró conectar la masa con el partido, y poco a poco con la élite en la comprensión y en la acción.

Lenin fue el líder de la revolución soviética. su propaganda intenta por todos los medios relacionar la parte con el todo y denunciar siempre sin descanso todas las injusticias cometidas por el régimen capitalista a la masa popular, porque su ideología es la "conciencia de clase", por eso ante cualquier situación que la perjudique, actúan con ahínco para proteger a la masa procediendo siempre sobre la realidad que para los propagandistas leninistas, se encuentra al nivel de la lucha de clases, descartando cualquier tipo de explicación superficial y falsa.

La voz de orden, lleva al aspecto combativo y constructivo de esta propaganda. La voz de orden es la representación de una fase de la táctica revolucionaria, es el motor que expresa claramente el objetivo más importante del momento, ya se trate en el periodo revolucionario, del aniquilamiento del adversario o unificación de la masa, o en el periodo de construcción socialista, de la planificación.

Lo que hay que cuidar, dice Lenin, es que la voz de orden no se vea superada por las circunstancias, como sucedió cuando algunos partidos representados en los Soviets se aliaron con la burguesía contrarevolucionaria.

Según la propaganda leninista, toda voz de orden debe corresponder no sólo a la situación política sino también al nivel de conciencia de las masas, su importancia va a depender de la repercusión que tenga y de la interpretación que haga de los temas más favorables en el ambiente.

Por saber manejar correctamente la voz de orden, Lenin y Trotsky tuvieron éxito con la revolución bolchevique, pues utilizando dos palabras fue suficiente para unir y expresar exactamente las reivindicaciones de los campesinos-soldados del ejército ruso; y esas dos palabras fueron "Tierra y Paz".

Con respecto a los agitadores y propagandistas, Lenin marca una diferencia entre ellos; para él, un agitador, partiendo de una injusticia cometida por el régimen capitalista, es quien hace todo esfuerzo posible para sembrar el descontento y la indignación en la masa por la injusticia recibida; en cambio el propagandista, es el encargado de detallar una explicación completa sobre el tema, por eso el propagandista actúa

principalmente por escrito ya que dirige muchas ideas hacia una o muy pocas personas, contrariamente al agitador que actúa principalmente de viva voz, pues dirige una sola idea o muy pocas de ellas, a una masa de personas.

A pesar de esta diferencia aceptada por Lenin, pone hincapié en que no basta agitar y persuadir con propaganda a la masa, sino que es necesaria la agitación, la propaganda y la organización para llegar al pueblo con revelaciones políticas vivientes que sean recibidas con interés por la masa popular. Esta pasión de las revelaciones políticas organizadas ante el pueblo entero, ha sido conservada por los partidos comunistas, heredada de Lenin.

Una de las características importantes de la propaganda comunista en la Unión Soviética, es su diversidad de prensa que permite tener un Diario para cada región y cada profesión, todos dicen las mismas cosas pero de una manera adecuada para cada receptor. Otra característica importante, es la constante información imprescindible para la propaganda, que le otorga superioridad al poder reaccionar mucho más rápido que las propagandas adversas, desconcertarlas y muchas veces adelantárseles.

Lenín también insistió en que la propaganda no era efectiva si no tenía actos que la apoyen, sin ellas se convertía en un simple verbalismo que solamente despertaba ilusiones peligrosas; por lo tanto la propaganda se vuelve auténtica con actos y esto es primordial para estar en comunicación directa con la masa.

Tal es la importancia de la propaganda en los regímenes soviéticos, que toda la actividad del ciudadano, se convirtió en objeto de ella, desde la instrucción primaria que fue uno de los pilares de esta propaganda total, hasta la producción industrial y agrícola, impulsando en gran parte el desarrollo de éstas.

La técnica leninista de la Propaganda Política tuvo tanta trascendencia que fue puesta en práctica en todos los partidos comunistas del mundo; era una propaganda de tipo totalitaria con dirección centralizada.

### **PROPAGANDA DE TIPO HITLERIANO**

Hitler y Goebbels, aportaron mucho a la Propaganda moderna, y a pesar del clima de odio y delirio en el que prosperaron, subsisten muchas de sus técnicas y procedimientos, siendo aplicadas en la Propaganda Política actual.

Existe una gran diferencia entre la Propaganda Nazi y la Propaganda Leninista, pues la primera propone metas en su táctica propagandista que en realidad no las persigue, es solo una fórmula para movilizar nuevas masas, en cambio la Propaganda Leninista persigue concretamente las metas que su táctica propone.

En definitiva el hitlerismo corrompió la concepción leninista de la Propaganda, pues hizo uso de ella como un arma en sí para todos sus fines. Hitler cuando discursaba frente a una multitud y lanzaba sus innovaciones sobre la sangre y la raza lo hacía únicamente para generar el odio, el ansia de poder en esa masa fanatizada y sobreexcitada al escucharlo.

Es una propaganda que carece de objetivos concretos, se juega mucho con la emotividad de las personas, lanzando gritos, amenazas, etc. Desde ese momento esta Propaganda deja de estar ligada a una progresión táctica, para convertirse en una táctica en sí, una especie de arte particular con sus propias leyes, que se podría llamar una "Artillería Psicológica", pues lo único que importa es lograr un choque en la masa por medio de la palabra, sin importar incluso la idea en sí que se quiere transmitir.



Así fue como triunfó la Propaganda Nazi en la masa alemana, predominando la imagen sobre la explicación, y lo sensible sobre lo racional. Hitler se dio cuenta que la masa al solidificarse cobraba un carácter más sentimental, y más femenino, predominaba en ella la impresión producida por sus sentidos, que la reflexión. Por lo tanto la Propaganda Hitleriana se basa en gran parte en el inconsciente colectivo, exaltando la pureza de la sangre, los instintos de crimen y de destrucción, utilizando la cruz gamada (esvástica) como una manera de volver a la más antigua mitología solar. Esta Propaganda, además, utiliza sucesivamente temas diversos y aún contradictorios, con tal de orientar a la masa hacia la perspectiva del momento.

La Propaganda Nazi, a pesar de sus contradicciones y excesos, logró estimular masas, atemorizarlas, exaltarlas: su esfuerzo fue colosal, toda manifestación estaba cuidadosamente preparada, logrando de esta manera mucho éxito con su Propaganda Política. Es innegable que la acción llevada a cabo se dirigía más a zonas fisiológicas e inconscientes de las personas, donde las pasiones y costumbres absurdas, contradictorias, encuentran justificación lógica y equilibrio.

Todos los hombres que siguieron y murieron por Hitler, en definitiva no lo amaban, ni lo odiaban, sino que el procedimiento y ritmo de su Propaganda los hipnotizaba, dejando a todos fascinados por él, convertidos en verdaderos autómatas.

## REGLAS Y TECNICAS USADAS POR LA PROPAGANDA POLÍTICA

La Propaganda es polimorfa, y cuenta con recursos casi ilimitados para convencer. El verdadero propagandista actúa principalmente por contagio de su Fe personal, por sus cualidades propias de simpatía y de elocución.

La Propaganda individual se expresa por la simple conversación, distribución de volantes y diarios, etc., pero la Propaganda de masas, procedimiento favorito por el "Agitador" comunista, utiliza técnicas más numerosas y poderosas, entre ellas están :

### 1) Material Impreso

El libro, un instrumento básico, a pesar de ser costoso y extenso para leer, tuvo gran importancia en la Propaganda Leninista como en la Hitleriana.

El panfleto, el periódico, este es el instrumento principal de la Propaganda impresa. Finalmente están el afiche y el volante, cuya redacción exige ser breve e impactante. Existe también un estilo particular de volante llamado "mariposa", impreso en ambos lados únicamente con un slogan o un símbolo.